

João Paulo II: um ativista midiático*

Oswaldo Meira Trigueiro

Índice

1	Introdução	2
2	A celebração fúnebre na Praça São Pedro: um acontecimento midiático	6
3	Referência	17

Resumo

Neste texto busco uma reflexão sobre a cerimônia fúnebre do Papa João Paulo II visibilizada como um acontecimento midiático global. Trata-se de uma pesquisa exploratória a partir de um olhar descritivo e interpretativo sobre os discursos produzidos pela mídia principalmente as transmissões ao vivo pelas principais redes de televisão e portais na Internet, da Praça São Pedro no período da celebração da missa de corpo presente. É uma interpretação no campo da comunicação social sobre os processos híbridos de celebrações tradicionais e modernas da Igreja Católica como estratégias de abertura para o mundo globalizado.

*Professor Adjunto do Departamento de Comunicação e Turismo da Universidade Federal da Paraíba. Doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos/UNISINOS em São Leopoldo/RS; Pesquisador da Rede Brasileira de Folkcomunicação – Folkcom e membro da Comissão Paraibana de Folclore. E-mail: osvaldotrigueiro@terra.com.br

1 Introdução

Neste trabalho o objetivo é realizar uma análise exploratória das cerimônias fúnebres do papa João Paulo II como um acontecimento midiático. Trata-se de uma descrição e interpretação no campo de estudo da comunicação social, numa perspectiva de reflexão sobre os avanços nos processos comunicacionais da Igreja Católica, que ao mesmo tempo em que preserva rituais milenares, medievais, constrói rituais contemporâneos com novas polissemias, reinventando plasticidades multicoloridas, encenações com o sentido do espetáculo para se inserir no contexto do mundo globalizado pelos diversos processos midiáticos. É essa zona híbrida de inter-relação conflituosa entre antiguidade e atualidade, como indicadores cronológicos no desenvolvimento da história, do tradicional e do moderno como indicadores das representações, que se encontra em campos de intercessão em qualquer período da história humana (RODRIGUES, 1996:49).

Sem dúvida Karol Wojtyła, com o seu carisma, foi um importante mediador dessas articulações entre a igreja territorialmente centrada no interior do Vaticano e uma outra aberta ao mundo globalizado, porém sem perder de vista as suas tradições e sem abandonar os sentidos mais expressivos da fé cristã e dos seus dogmas. No uso dessas estratégias, como ativista midiático, João Paulo II foi eficaz na resolução ou minimização de conflitos religiosos e políticos, reafirmando a autoridade papal no contexto mundial e, para obter êxito nas suas ações apropriava-se das potencialidades dos meios de comunicação social e das novas tecnologias dos meios de transporte.

Os diversos percursos de Karol Wojtyła pelo mundo, saindo da Itália 104 vezes o equivalente a 550 dias fora do Vaticano, visitando 129 países, só ao Brasil teve por três vezes em 1980, 1991 e 1997, viajando mais de 1,2 milhão de quilômetros dariam, aproximadamente, para dar trinta voltas em torno da terra. João Paulo II viu e ouviu vários povos, dialogou com representantes de diferentes religiões (cristã, mulçumana e judaica), recuperou

o protagonismo do líder da Igreja Católica ao participar dos debates sobre os grandes conflitos mundiais, principalmente o fim do comunismo, a queda do Muro de Berlim, a eleição de Lech Walesa, o grande líder do sindicato Solidariedade, que chegou a presidente da Polônia. Foi uma papa que atuou como doutrinador da fé cristã e como chefe político de um Estado Católico.



Ao beijar o chão dos países aonde chegava, João Paulo II praticava um gesto carregado de sentido de humildade e repercussão midiática, sem dúvida, um gesto que virou sua marca registrada estrategicamente planejada para dar mais visibilidade às suas atitudes dentro ou fora do Vaticano. Wojtyła, foi um ativista midiático que soube usar a mídia participando das suas encenações, das suas simulações e tendo a capacidade de inventar bordões visuais.

É desse papa que desejo dizer alguma coisa e tento compreender um pouco as diferentes interpretações negociadas e as repercussões do acontecimento midiático da cerimônia fúnebre de João Paulo II, principalmente a de corpo presente realizada na sexta-feira, dia 8 de abril de 2005.

A participação de reis, rainhas, presidentes, primeiros-ministros e líderes políticos e religiosos na cerimônia fúnebre do papa

não foi só uma peregrinação, mas também um ato político de encontros entre cristãos, judeus, muçulmanos, e, até mesmo, ateus que se ajoelharam diante do caixão do papa. Foi um acontecimento testemunhado por cerca de 300 mil pessoas na Praça de São Pedro, por mais de 4 milhões que lotaram as ruas de Roma e pelo mundo através das transmissões ao vivo das principais redes de televisão.

Um acontecimento midiático tem as suas implicações políticas, ideológicas e econômicas. Poderíamos interpretar a primeira viagem de João Paulo II à Polónia como uma peregrinação, um ato político de provocação ao regime de governo polonês e de apoio ao movimento operário Solidariedade ou ainda como um acontecimento midiático assistido por milhões de pessoas?

Na sociedade midiaticizada pela globalização os ritos de passagem das grandes personalidades passam a ser um acontecimento midiático. Na era dos espetáculos as honras fúnebres das celebridades do mundo artístico, político, esportivo e religioso deixaram de ser um acontecimento privado para se tornar um acontecimento de interesse da mídia e especialmente da televisão. O meio televisivo não perderia esse instante histórico noticioso como atrativo para milhões de telespectadores espalhados em diferentes lugares da terra e transformar as exéquias de João Paulo II em um acontecimento midiático globalizado.

A televisão não inventa o acontecimento cerimonial, mas passa a contar as suas histórias distribuindo protagonistas – profissionais de imprensa – na cobertura das realizações e encenações simbólicas de maiores relevâncias como um convite à sua audiência.

A televisão não se limita a distribuir papéis aos protagonistas e aos telespectadores. Serve simultaneamente de comentador, especificando a natureza desses papéis. Quanto mais longe estiver o telespectador do acontecimento – física e psicologicamente – mais a televisão ajuda a “levar a casa” o seu significado, conferindo-lhe interesse e relevância (DAYAN E KATZ, 1999:48)

O acontecimento midiático envolve as redes de radiodifusão, a Internet, os jornais e revistas com o objetivo de vender os seus significados, sagrados e profanos, para alcançar um número maior possível de recepção. Ou seja: é um espetáculo que reúne diferentes imagens e relações sociais, em qualidade e quantidade de pessoas mensuradas pela grandeza da recepção, potencializada pelas novas tecnologias da comunicação, possibilitando a sua chegada simultânea – ao vivo – na maioria dos lugares do mundo.

Portanto, um acontecimento midiático é um processo de negociação que envolve transmissões ao vivo das redes de televisão com grandes audiências interrompendo, por alguns instantes, as atividades cotidianas de pessoais, coletividades e até mesmo dos diversos países. Tem o caráter de ser uma cerimônia modulada no tempo do espetáculo em seus vários instantes – audiência em diferentes fusos horários – e no espaço – como exemplo a praça de São Pedro. O acontecimento midiático transmitido ao vivo pela televisão convida o telespectador a se envolver com o fato narrado, a parar as suas atividades ordinárias e voltar-se ao que está sendo exibido no écran da televisão mas, como um sujeito ativo, negociador dos processos de interpretação dos acontecimentos pelas redes interpessoais de comunicação.

O êxito de um acontecimento televisivo depende da aprovação da audiência, o que ela faz com os seus conteúdos. Ou seja, durante e depois do acontecimento os processos de produção e circulação dos conteúdos midiáticos são ativados nas redes de comunicação cotidianas dando prosseguimento às mobilizações e atenções aos seus desdobramentos de interpretação. É nas redes cotidianas de comunicação que durante e depois se intensificam as interpretações subjetivas da recepção das transmissões ao vivo dos acontecimentos midiáticos e são essas interpretações que proporcionam o sucesso de audiência.

2 A celebração fúnebre na Praça São Pedro: um acontecimento midiático

O rito de passagem da separação de João Paulo II sem dúvida foi de grande interesse para o mundo, seja ele cristão ou não. A mídia construiu um dos maiores acontecimentos noticiosos na era moderna durante todo o transcurso da agonia, morte e funeral. Mais de 90 países receberam as imagens, ao vivo, da missa de corpo presente do papa João Paulo II, pelos principais canais públicos e privados de televisão, NBC, ABC, CBS, CNN, RAI, Al-Jazira, Al-Arablyya, e no Brasil a Rede Globo, a Band, Rede Vida entre outros canais que exibiram as imagens por mais de três horas ininterruptas da Praça São Pedro. A celebração fúnebre de João Paulo II marca o primeiro acontecimento midiático globalizado do século XXI, é o maior da história contemporânea superando o 11 de setembro de 2001 nos Estados Unidos da América.

Nas primeiras 72 horas após o anúncio da sua morte, segundo o Global Language Monitor, mais de 75 mil reportagens foram publicadas em todo o mundo. Cerca de 10 milhões de vezes foi citado o nome de João Paulo II na rede mundial de informação, superando em mais de três vezes as reportagens sobre o atentado de 11 de setembro de 2001 nos Estados Unidos e em mais de 10 vezes a reeleição de George Bush. Superou também a cobertura do acidente e morte do piloto brasileiro Ayrton Sena e da princesa Diana.

A televisão é um meio que nessas ocasiões atrai as pessoas em diferentes espaços e tempos, de diferentes culturas e classes sociais, que transforma o momento virtual da morte de um líder mundial em uma cerimônia de consagração e coroação em um espetáculo global. O acontecimento foi um tempo de transmissão ao vivo pela televisão, o desdobramento narrado por historiadores, teólogos e vaticanólogos em vários instantes, pelos jornais e revistas e pela Internet com as suas projeções de reafirmação dos valores da Igreja Católica nesses entrelaçamentos entre conservadores e progressistas. Foram momentos de reflexões sobre

os novos rumos da Santa Sé depois de João Paulo II como artífice dessas hibridações com os meios de comunicação social, moderno e ao mesmo tempo contra a modernidade. Quem seria o sucessor de João Paulo II?

As novas tecnologias de comunicação possibilitam maiores interações com os acontecimentos midiáticos, especialmente a televisão com o seu poder sedutor de exhibir, comentar, entrevistar ao vivo os protagonistas nos seus diversos papéis: cardeais, reis, rainhas, presidentes, primeiros-ministros, líderes políticos e religiosos, peregrinos e autoridades de reconhecido saber notório da religião e do Vaticano.



O mundo parou por algumas horas diante da televisão para acompanhar ao vivo as transmissões das exéquias do papa. Diversos telões foram espalhados nos arredores do Vaticano para que mais de 700 mil peregrinos, que não tiveram acesso à Praça de São Pedro, pudessem acompanhar tudo com detalhes, conforme informação das autoridades responsáveis pela organização da cerimônia. Roma viu-se cercada de telões para que os quase 4 milhões de pessoas que lotavam os espaços urbanos da cidade entre eles o estádio Olímpico, a Praça do Popolo, a Praça de São João de Latrão, a Praça de São Paulo e a Via da Conciliação.

Em vários países as redes de televisão públicas e privadas instalaram telões em locais de grande afluência de pessoas, para evitar tumultos e possibilitar uma certa normalidade na vida cotidiana das grandes cidades, o que foi quase impossível. No México, um telão foi instalado na Basílica de Guadalupe, o mais expressivo templo católico do país. Em Paris, o local de maior concentração de fiéis para assistir ao vivo nos telões foi a Catedral de Notre Dame.

Cerca de 7 mil fiéis e turistas aplaudiram hoje, quando o caixão do Papa João Paulo II apareceu nos telões instalados do lado de fora da catedral de Notre Dame em Paris. Na mesma nave da catedral parisiense e do lado externo na esplanada – protegidos com guarda-chuvas – fiéis e turistas puderam assistir ao funeral do Papa exibido pela rede católica KTO, fundada pelo ex-arcebispo de Paris Jean-Marie Lustiger (<http://noticias.terra.com.br>).

Em algumas cidades da Europa, durante a transmissão ao vivo da missa fúnebre, as ruas ficaram vazias, algumas lojas cerraram as suas portas para que a população pudesse assistir a cerimônia em casa ou nos telões em espaços públicos. Em Lourdes, na França, o local de convergência dos telespectadores foi a Basílica São Pio X, onde também havia telões.

As autoridades de Roma estimaram que aproximadamente 2 milhões de poloneses foram à Itália para assistir o funeral do compatriota Karol Wojtyła. Cerca de 700 ônibus levaram poloneses de várias regiões, a maioria da Cracóvia e quem não pode ir ao Vaticano assistiu a missa nas transmissões ao vivo em casa ou nos telões espalhados também naquele país. Uma multidão se concentrou na esplanada Blonie, local onde João Paulo II celebrou em 2002 uma missa para mais de 2,5 milhões de fiéis.

Os habitantes da Cracóvia, na Polônia, que não puderam ir a Roma acompanharam os funerais de

João Paulo II por um telão com os olhares voltados para a Praça de São Pedro para sentir-se o mais próximo possível de seu venerado Karol Wojtylia, enterrado no Vaticano.(...) Quatro telões transmitiam as imagens de Roma. A tradução simultânea fazia chegar aos paroquianos a homilia do cardeal Joseph Ratzinger e as demais leituras, alternadas com cantos em polonês difundidos por megafones, convidando as pessoas a participar ativamente do funeral do mais querido compatriota (<http://noticias.terra.com.br>).

No Santuário de Fátima, foi um fato inédito a paralisação de todas as atividades para que, peregrinos e funcionários, pudessem assistir ao vivo pela televisão as transmissões fúnebres diretamente da Praça de São Pedro.

Os sinos de Fátima dobraram antes do início dos funerais do Pontífice em Roma. Foi registrado pouco comparecimento às missas programadas para acontecer no santuário, por onde o Papa peregrinou em três ocasiões durante a sua vida (...) Enquanto isso, os cerca de 150 funcionários do santuário, em sua maioria responsáveis pelos serviços de atenção e ajuda aos peregrinos, concentraram-se na Casa Nossa Senhoras das Dores para acompanhar pelos televisores os funerais de João Paulo II. Ao final dos funerais papais em Roma, começou um novo ofício religioso, em que se espera uma maior afluência dos fiéis da região próxima a Fátima. (<http://noticias.terra.com.br>)

A agonia e morte de João Paulo II, como um acontecimento midiático global, agendaram as principais televisões, jornais, revistas e agências de notícias do mundo e os outros acontecimentos noticiosos passaram para segundo plano de interesse da mídia, inclusive provocando o adiamento do casamento do príncipe Charles com Camilla Parker-Bowles. A celebração fúnebre do papa agenda o noticiário construído pelos profissionais

de imprensa através de textos testemunhais que recriam os rituais religiosos como acontecimento midiático, na transformação do espetáculo. Um acontecimento midiático é estruturado por narrativas contadas por diferentes fontes, que enfocam diversas “(e)histórias” que narram realidades segmentadas e cheias de subjetividade. É o caso do anúncio antecipado da morte do papa, das insinuações de quem será o próximo pontífice, qual o novo rumo da Igreja Católica depois da morte de João Paulo II, qual a importância política da presença de George W. Bush e demais lideranças políticas do planeta em Roma, entre tantos outros fatos, ficcionais e reais, descritos e interpretados pela mídia. As notícias sobre a morte do papa não estão isentas dos padrões de declarações da mídia industrializada, como são publicizados os vários instantes do acontecimento midiático no percurso da agonia e morte, da missa fúnebre e dos encontros das autoridades globais na Praça de São Pedro.

O acontecimento midiático ganha maior valor e capital de credibilidade, quanto maior for o seu padrão de declaração, em quantidade e qualidade, das ocorrências dos fatos de interesse no campo jornalístico e de suas repercussões no campo da recepção. A notícia da morte do papa se espalhou em redes multimidiáticas envolvendo os grandes aparatos tecnológicos de produção e emissão das redes de televisão, jornais, revistas e sites do mundo, assim como nas redes cotidianas de comunicação operadas por lógicas noticiosas locais, pelos seus mediadores ativistas.

Vejam alguns exemplos da repercussão desse acontecimento nos principais jornais, revistas, sites e nos processos interpessoais de comunicação em várias partes do mundo, conforme publicou a Folha Online e Portal Terra em 8 de abril de 2005:

- **The New York Times (EUA)**

Termina funeral de João Paulo 2º no Vaticano

- **The Washington Post (EUA)**

A vida de João Paulo 2º é celebrada

- **El Pais (Espanha)**
O último adeus ao papa
- **Corriere Della Sera (Itália)**
Santo, santo: o abraço da multidão
- **La Repubblica (Itália)**
O funeral do papa; o mundo afetado
- **The Independent (Reino Unido)**
Milhões de luto pelo papa no maior funeral da história
- **El Mundo (Espanha)**
Histórico adeus ao papa
- **The Guardian (Reino Unido)**
O papa descansa
- **The Daily Telegraph (Austrália)**
Especial: a morte do papa
- **El Informador (México)**
João Paulo 2º considerou renunciar
- **Correio da Manhã (Portugal)**
O último adeus a João Paulo 2º
- **Clarín (Argentina)**
Uma multidão acompanhou o funeral do papa João Paulo 2º

Os principais jornais e revistas do mundo na sua edição de 3 de abril de 2005 publicaram a notícia da morte de João Paulo II com as seguintes manchetes, conforme divulgado no Portal Terra:



Papa João Paulo II morre aos 84 anos



O mundo chora pelo papa



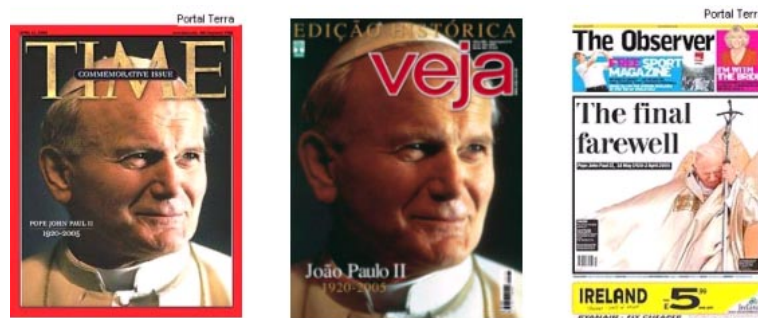
João Paulo II morre em paz



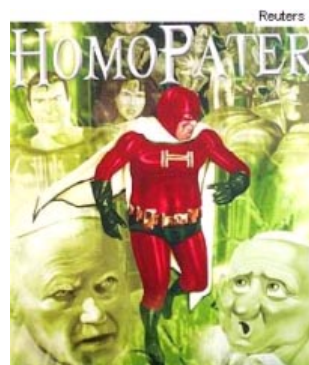
João Paulo II morre aos 84 anos



Fim de uma era



O papa João Paulo II com muita competência usou os meios de comunicação social, como um dos instrumentos mais importantes da era moderna, para difundir doutrinas que, paradoxalmente, estão na contra mão da globalização. O conteúdo da cobertura da sua morte, oferece à recepção uma multiplicidade de gêneros jornalísticos tais como: as notícias factuais, as entrevistas, as opiniões, os editoriais, as fotografias, as caricaturas – aqui destacando o trabalho do artista colombiano Rodolfo Leon –, o cartaz de uma devota italiana na Praça de São Pedro que diz “*Não está morto, está apenas dormindo*”, as faixas e bandeiras com diversidades de descrições e interpretações enquadradas nas cerimônias litúrgicas da Igreja Católica e convertidas em acontecimento midiático.





O resultado desse esforço foi que seu sofrimento, ele próprio, tornou-se uma poderosa mensagem religiosa. Mensagem que, não raro, era intensa demais até mesmo para as câmeras onívoras da televisão. Nos últimos anos, a TV italiana, encarregada de filmar cerimônias protagonizadas pelo papa doente, tinha de se desdobrar para não colocar no ar cenas constrangedoras, como as de um João Paulo II muitas vezes completamente alienado ou incapaz de completar uma frase. Seu declínio físico era tão grande que se esperava que ele renunciasse logo depois das comemorações do jubileu do ano 2000 (VEJA, Edição histórica nº 40 de abr. 2005, p. 16).

Nunca em toda a história da Igreja Católica um papa foi tão filmado, fotografado e exibido ao mundo como um doente frágil e sofrido transformado em mortal comum, como afirma Ana Ludvina Muller, de Joinville/SC, uma leitora da revista veja na sessão de cartas:

Ele benzeu a multidão com um sinal-da-cruz e as cortinas da janela se fecharam. Essa é a última imagem viva que levaremos do pastor que conseguiu

resgatar seu rebanho, do peregrino que cativou o coração do mundo com seus gestos de bondade, humildade e perseverança. Descansa em paz, João de Deus, nosso povo te agradece, tu vieste em missão de paz e agora o céu te recebe com o mesmo amor que a nós dedicaste (MULLER, 2005).

Karol Wojtyła, foi protagonista de peças teatrais amadoras, praticante de caminhadas nas montanhas de Bieszczady na Polônia, gostava de esportes e quase sempre demonstrava bom humor em público. Ou seja, João Paulo II era papa e um cidadão das encenações teatrais, sabia “dar espetáculo” e usar os holofotes da mídia para cada gesto de grandeza, de altivez e de humildade para chamar atenção às suas causas doutrinárias da fé católica.

Foi um ator que soube usar as diversidades da vida em proveito da propagação da fé, dos valores tradicionais do catolicismo na era moderna, de um ex-operário, ator teatral e jogador de futebol amador. Um ano depois de ser ferido mortalmente por Mahmet Ali Agca, em 13 de maio de 1981, na Praça de São Pedro, foi ao Santuário de Fátima em Portugal para agradecer, acreditando que a sua sobrevivência foi um milagre de Nossa Senhora de Fátima. Em dezembro de 1983, na época de Natal, foi à prisão em Roma se encontrar com Mahmet para o perdoar e absolver. Visitou uma igreja luterana e uma sinagoga, pregou numa assembléia islâmica em Casablanca, no Marrocos. Em 1986 presidiu na Itália o primeiro encontro entre diferentes igrejas e tradições religiosas. João Paulo II, na sua visita à Alemanha Ocidental, em 1987, fez pronunciamento em favor da reunificação. Em 1989, recebeu em audiência o secretário-geral do Partido Comunista Soviético Mikhail Gorbachev e restabeleceu as relações diplomáticas entre a Santa Sé e Moscou, em 1994 fez severas críticas ao texto da ONU que apóia o aborto e o uso de métodos artificiais de contracepção. Cada gesto, cada atitude, cada peregrinação de João Paulo II tornava-se um acontecimento midiático de propagação das mensagens da Igreja Católica. Karol Wojtyła, fez do seu pontificado um instrumento de celebrações midiáticas construídas

nas realizações de eventos públicos e tendo ele como principal protagonista, para que o espetáculo tivesse o valor de notícia e sucesso de audiência.

3 Referência

DAYAN, Daniel e KATZ, Elihu. *A história em directo: os acontecimentos midiáticos na televisão*. Minerva: Coimbra, 1999.

DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

FAUSTO NETO, Antônio. *Mortes em derrapagem*. Rio de Janeiro: Rio Fundo Ed., 1991.

MURGUÍA, Beatriz Martínez de. *Mediación y resolución de conflictos*. Buenos Aires: Paidós, 1999.

SEGALEN, Martine. *Ritos e rituais contemporâneos*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2002.

SODRÉ, Muniz. *Reinventando a cultura: a comunicação e seus produtos*. Petrópolis: Vozes, 1996..

RODRIGUES, Adriano Duarte. *Comunicação e cultura: a experiência cultural na era da informação*. Lisboa:

TRAQUINA, Nelson. *O estudo do jornalismo no século XX*. São Leopoldo, RS: Editora UNISINOS, 2001.

Artigos em revistas

VEJA. São Paulo. Ed. Abril. Edição Especial n. 40, abr. 2005.

VEJA. São Paulo. Ed. Abril., n. 1899, 6 abr. 2005.

VEJA. São Paulo. Ed. Abril. n. 1900, 13 abr. 2005.

ÉPOCA. São Paulo. Ed. Globo, 360, 11 abr. 2005.

ISTOÉ. Ed. Três, n. 1852, 13 abr. 2005.

Referência eletrônica

<<http://tv.terra.com.br>> Acesso em 7 abr. 2005

<<http://noticias.terra.com.br>> Acesso em 8 abr. 2005

<<http://www1.folha.uol.com.br/folha/mundo>> Acesso em 8 abr. 2005

<<http://www1.folha.uol.com.br>> Acesso em 8 abr. 2005

<<http://www.aesp.org.br/noticias>> Acesso em 11 abr. 2005

<<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br>> Acesso em 11 abr. 2005